

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sukses bisa dicapai bilamana seseorang memiliki tujuan atau cita-cita, demikian pula halnya dengan perusahaan atau pengusaha. Perusahaan dalam keberadaannya sebagai unit organisasi, pada umumnya didirikan dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan dengan jalan menyediakan barang atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Keuntungan bisa diperoleh apabila perusahaan dapat mencapai volume penjualan yang maksimal. Menurut Basu Swastha DH (1993:81-91) mengemukakan bahwa :

Volume penjualan, laba kotor dan biaya-biaya lain seperti biaya operasi secara langsung dipengaruhi oleh hasil kerja dari Bagian Pemasaran termasuk Sub Bagian Penjualan dan semua ini merupakan faktor penentu untuk memperoleh laba bersih.

Volume penjualan merupakan salah satu faktor penentu yang sangat berpengaruh dalam pencapaian laba bersih, sedangkan keuntungan atau laba merupakan sarana yang penting bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan, maka dari itu perusahaan harus berusaha untuk menciptakan volume penjualan yang menguntungkan. Semakin tinggi volume penjualan maka laba yang diperoleh akan meningkat, dengan demikian perusahaan akan mampu bertahan hidup, tumbuh dan berkembang lebih lanjut, serta tangguh dalam mengatasi pengaruh faktor-faktor lingkungan yang senantiasa berubah.

Tujuan suatu perusahaan akan menjadi kenyataan apabila dilaksanakan dengan kemauan dan kemampuan yang memadai. Selain itu, harus diperhatikan pula faktor-faktor lain seperti : modal yang diperlukan, kemampuan merencanakan dan membuat produk, kemampuan menentukan tingkat harga yang tepat, kemampuan memilih penyalur yang tepat, kemampuan menggunakan cara-cara promosi yang tepat, dan unsur penunjang lainnya.

Mengingat semakin ketatnya persaingan dalam bisnis dan kondisi perekonomian yang tidak menguntungkan, memaksakan para pengusaha untuk selalu giat berusaha agar perusahaan dapat tetap menghasilkan laba yang maksimal, sehingga membantu perkembangan usahanya. Salah satu usaha yang dapat menunjang kelangsungan hidup perusahaan adalah dengan cara penganeekaragaman produk atau diversifikasi produk.

Ada berbagai alasan yang mendorong suatu perusahaan mengadakan diversifikasi produk. Keinginan mengadakan perluasan usaha menjadi pendorong utama suatu perusahaan mengadakan diversifikasi produk. Dengan diversifikasi produk maka kegiatan suatu perusahaan menjadi lebih besar, karena diproduksi sejumlah besar barang yang dibutuhkan konsumen atau paling tidak pendapatan stabil, sebab kerugian menjual barang yang satu dapat ditutup dengan keuntungan menjual barang yang lain.

Diversifikasi produk dilakukan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen yang beranekaragam. Secara garis besar menurut

Fandy Tjiptono (2001:132) strategi diversifikasi produk dikembangkan dengan berbagai tujuan yaitu :

1. Meningkatkan pertumbuhan bila pasar atau produk yang telah ada mencapai kedewasaan dalam Product Life Cycle (PLC)
2. Menjaga stabilitas dengan jalan menyebarkan resiko fluktuasi laba
3. Meningkatkan kredibilitas di pasar modal.

Apabila suatu perusahaan hanya membuat satu macam produk saja maka akibatnya perusahaan akan kehilangan peluang atas produknya. Oleh karena itu perusahaan kapas Indah Karya di Klaten membuat produk lebih dari satu macam yaitu, kapas kecantikan, kapas kesehatan dan kapas pembalut. Hal ini dimaksudkan agar konsumen lebih puas bila dihadapkan ada beraneka macam produk yang ditawarkan, sehingga mereka dapat memilih dan membeli produk sesuai dengan keinginannya.

Jadi apabila produk yang satu kurang mendapat perhatian dari konsumen, maka masih ada produk lain yang bisa diharapkan atau laku terjual. Dengan demikian volume penjualan tetap meningkat sesuai yang diharapkan.

Faktor lain yang sangat berpengaruh dengan volume penjualan adalah saluran distribusi. Selama perusahaan menawarkan barang atau jasa masalah distribusi tidak dapat dipisahkan. Kegiatan distribusi selalu dilakukan meskipun tidak menggunakan perantara sebagai lembaga. Jadi kegiatan distribusinya langsung diarahkan oleh produsen kepada konsumennya. Namun tidak jarang perantara/anggota saluran digunakan oleh produsen untuk mendistribusikan hasil produksinya kepada pembeli akhir. Menurut Basu Swastha dan Irawan (2004:288) “Perantara

pemasaran merupakan lembaga atau individu yang menjalankan kegiatan khusus dibidang distribusi. Mereka adalah perantara pedagang dan perantara agen”.

Penentuan saluran distribusi yang tepat akan berpengaruh terhadap volume penjualan, sehingga produk akan sampai ke konsumen dengan tepat dan kepuasan konsumen dapat tercapai. Oleh karena itu perusahaan harus mampu untuk memilih anggota saluran yang tepat, sehingga dapat memberikan kontribusi yang nyata pada perusahaan dalam rangka meningkatkan volume penjualan. Menurut Charles W, dkk (2001:8) menjelaskan anggota saluran/*channel member* adalah :

Seluruh pihak dalam saluran pemasaran yang bernegosiasi satu sama lainnya, membeli dan menjual produk, serta memudahkan perubahan kepemilikan antara pembeli dan penjual dalam memindahkan produk dari pabrikan ketangan konsumen.

Untuk mempermudah penyampaian barang ke konsumen, maka perusahaan kapas Indah Karya di Klaten menggunakan saluran distribusi langsung dan saluran distribusi tak langsung. Untuk melayani konsumen lokal digunakan saluran distribusi langsung dengan membuka work shop yang berlokasi di daerah Ngawen, Klaten. Sedangkan untuk saluran distribusi tidak langsung yang kebanyakan melayani konsumen luar kota dengan menggunakan bantuan agen. Agen yang dimaksud antara lain berada di Surabaya dan Semarang.

Dari uraian diatas bisa diketahui betapa pentingnya diversifikasi produk dan saluran distribusi. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk membuat perencanaan tentang strategi diversifikasi produk yang perlu

dijalankan agar sesuai dengan segmen pasar yang akan dipilih. Demikian juga dengan saluran distribusi harus diperhatikan faktor yang mempengaruhinya, misalnya perusahaan akan lebih cocok menggunakan saluran distribusi langsung atau tak langsung.

Dengan latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul : **“PENGARUH DIVERSIFIKASI PRODUK DAN SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA PERUSAHAAN KAPAS INDAH KARYA DI KLATEN”**.

B. Pembatasan Masalah

Supaya masalah yang diteliti tidak meluas maka perlu diadakan pembatasan masalah. Batasan masalah sangat penting karena merupakan fokus penelitian. Batasan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Terbatas pada bidang pemasaran produk kapas kecantikan dan kapas pembalut pada perusahaan kapas Indah Karya di Klaten
2. Terbatas pada biaya diversifikasi produk, biaya saluran distribusi dan volume penjualan dalam rupiah pada perusahaan kapas Indah Karya di Klaten.

C. Perumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang masalah di atas, maka permasalahan pokok yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah :

1. Adakah pengaruh biaya diversifikasi produk terhadap volume penjualan pada perusahaan kapas Indah Karya di Klaten?
2. Adakah pengaruh biaya saluran distribusi terhadap volume penjualan pada perusahaan kapas Indah Karya di Klaten?
3. Adakah pengaruh biaya diversifikasi produk dan biaya saluran distribusi terhadap volume penjualan pada perusahaan kapas Indah Karya di Klaten?
4. Faktor apakah yang paling dominan pengaruhnya antara biaya diversifikasi produk dan biaya saluran distribusi terhadap volume penjualan pada perusahaan kapas Indah Karya di Klaten?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh biaya diversifikasi produk terhadap volume penjualan pada perusahaan kapas Indah Karya di Klaten.
2. Untuk mengetahui pengaruh biaya saluran distribusi terhadap volume penjualan pada perusahaan kapas Indah Karya di Klaten.
3. Untuk mengetahui pengaruh biaya diversifikasi produk dan biaya saluran distribusi terhadap volume penjualan pada perusahaan kapas Indah Karya di Klaten.

4. Untuk mengetahui variabel mana yang paling dominan pengaruhnya terhadap volume penjualan pada perusahaan kapas Indah Karya di Klaten.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Secara teoritis menerapkan ilmu-ilmu pengetahuan yang diproses ke dalam praktek secara praktis, menarik kesimpulan dari hasil penelitian yang berhubungan dengan masalah yang sedang dihadapi perusahaan.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan pada perusahaan kapas Indah Karya di Klaten dalam upaya peningkatan volume penjualan dimasa yang akan datang.

3. Bagi Pihak Lain

Sebagai salah satu sumber acuan penelitian lain untuk menjadi referensi atau perbandingan terhadap masalah-masalah yang sama sebagaimana tersebut.

F. Sistematika Skripsi

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka penelitian, sistematika skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Landasan teori mencakup: Pengertian penjualan, faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan, proses penjualan, pengertian diversifikasi produk, pengaruh diversifikasi produk terhadap produksi, bentuk-bentuk diversifikasi produk, hal-hal yang perlu diperhatikan dalam diversifikasi produk, berbagai tingkatan dalam diversifikasi produk, pengertian saluran distribusi, fungsi saluran distribusi, bentuk-bentuk saluran distribusi, faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan saluran distribusi, kerangka pemikiran, hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Metode penelitian meliputi hal-hal sebagai berikut: pengertian metode penelitian, jenis penelitian, penentuan tempat dan waktu penelitian, penentuan objek penelitian, sumber data, variabel penelitian, teknik pengumpulan data, teknik uji prasyarat analisis, teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Sejarah singkat perusahaan, lokasi dan luas areal perusahaan, struktur organisasi, pengujian data dan pembahasan hasil skripsi.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini disajikan kesimpulan dari hasil analisa data yang dilakukan penulis dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN